

実践『ペルソナ』通信 Side-Be (No. B-20)
「実践女子大生の映画鑑賞事情」に関する調査結果

実践女子大学人間社会学部 実践「ペルソナ」研究会では、「実践女子大生の映画鑑賞」についてのアンケート調査（実践『ペルソナ』通信（No. 20））の結果をもとに、実践女子大生の映画館に行って映画を観る人は8割という調査結果を元に、さらに深く調査しました。

※実践『ペルソナ』通信 Side-Be とは、実践『ペルソナ』通信として公表された調査結果をもとに、写真観察を行い、さらに深く実態を考察した調査レポートです。

調査結果

【昔と現代を融合したような入口】



【色分けされたスクリーン】



【ビルに隣接する落ち着いた館内】



【光が差し込み開放的な館内】



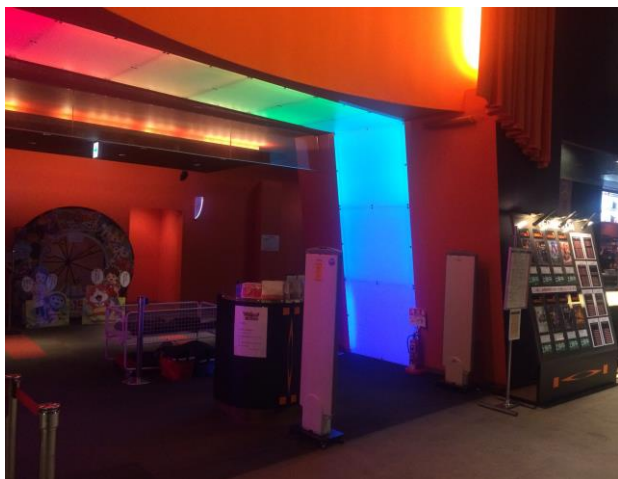
【映画館へ導く分かりやすい表示】



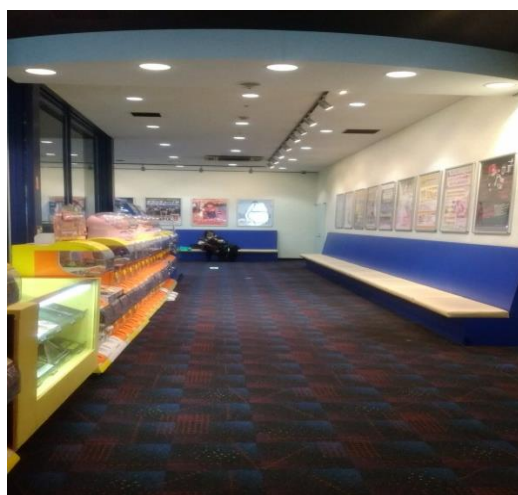
【黒を基調とした落ち着いた雰囲気館内】



【色鮮やかな光を取り入れたスクリーンの入り口】



【奥行きのある広い館内】



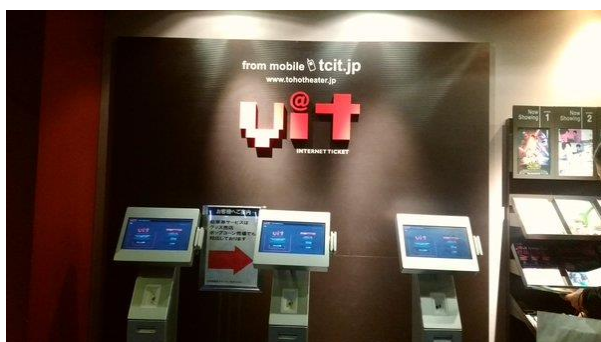
【奥行きのあるフード売り場】



【赤がメインの内装】



【インターネットでチケット販売ができる vit】



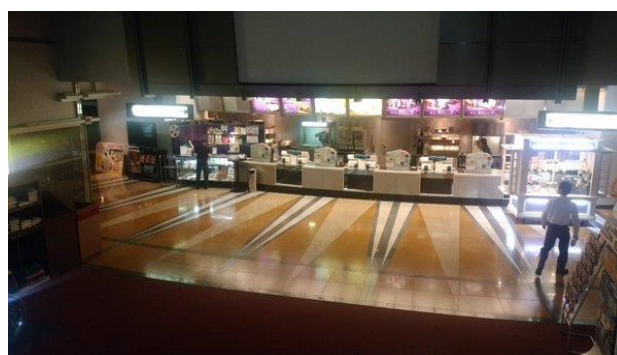
【正面玄関がゴージャスな内装の館内】



【ゆったり座れるスペース完備】



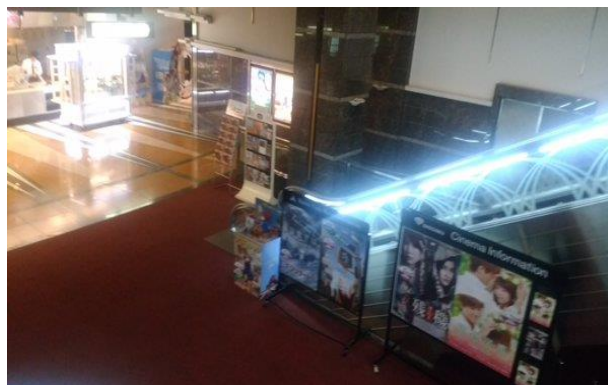
【グッズ売り場と飲食売り場を併設】



【ブランケットが自由に使えるサービス完備】



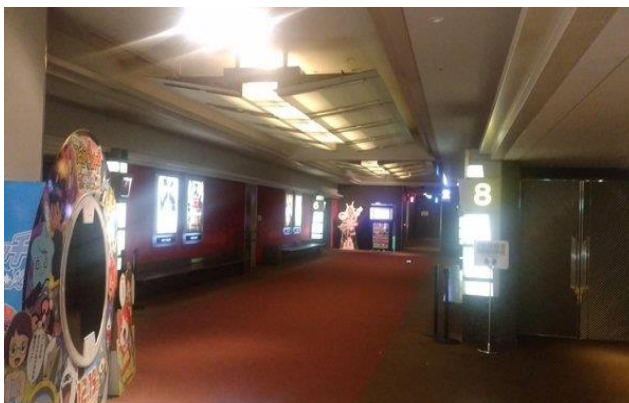
【赤いカーペットが目立つ広いロビー】



【黄色と青が主体の落ち着いた館内】



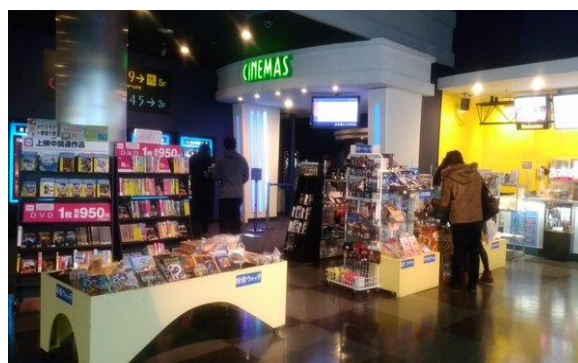
【赤の内装の広々とした館内】



【おしゃれな外観のチケット売り場】



【ガラポンやグッズが充実したファミリー向け館内】



女子大生の行くことの多い映画館を調査した結果、全体的に広々として、落ち着いた雰囲気映画館が多いことが分かった。都内にある映画館では、明るく、開放感のあるガラス張りになっているロビーが多く、地方や、商業施設に隣接された映画館では照明が暗く、落ち着いたロビーが多かった。暗い照明の映画館が多いのは、上映前に観客の目をスクリーンの暗さに慣れさせるためだと考えられる。

調査担当

実践「ペルソナ」研究会

- 3年 石田愛理
- 3年 駒崎朝美
- 3年 圓谷真奈美
- 3年 森悠紀